

Análisis de Experiencia de Usuario

segundo semestre 2022

Equipo docente:
María Pascale - Mariana Rodríguez

Acerca del curso

Lectura crítica de estudios e investigaciones sobre la temática.

Cuestionarios múltiple opción. Ejercicios prácticos, evaluaciones sobre la base de análisis de soluciones y estudio de casos en contextos reales. Informes de investigación.

Clases de consulta docente.

Intercambios entre pares guiados y coordinados por el profesor tutor.

Objetivos del curso

Reconocer las diferencias entre experiencia de usuario y usabilidad.

Incorporar técnicas de medición y análisis de interfases.

Identificar, reconocer y aplicar técnicas de investigación de usuarios.

Proyectar desde la perspectiva del diseño de interacción.

Analizar el diseño de la experiencia de usuario.

Objetivos del curso

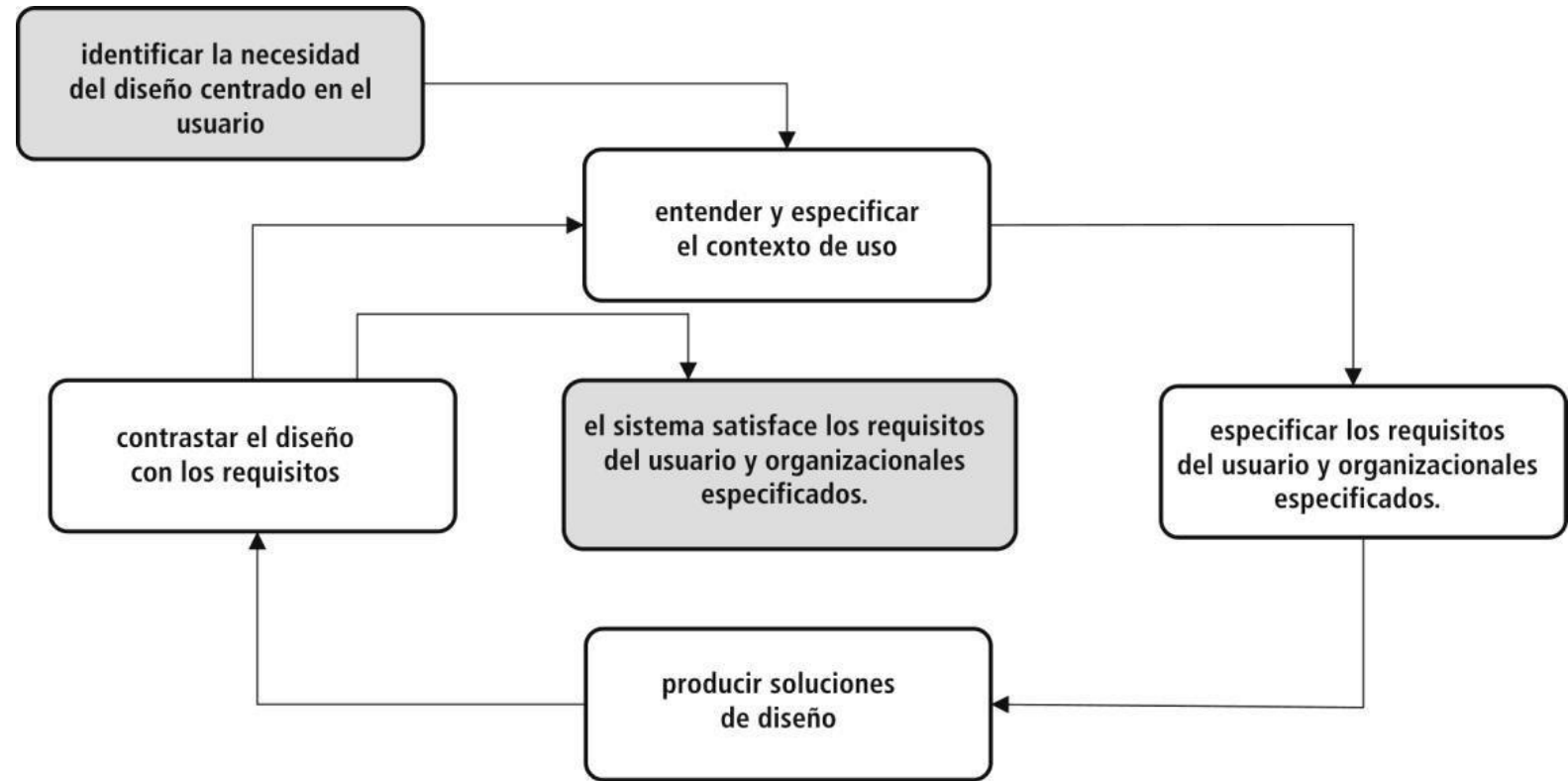
Al finalizar el curso, el estudiante habrá obtenido conocimientos específicos del área de experiencia de usuario. Se habrá apropiado de metodologías y herramientas que le permitirán analizar, diseñar y medir la experiencia de los usuarios al usar los productos propios o proyectados en un proceso de diseño.

Retomando algunos conceptos... ¿DCU?



Partiendo de la metodología general del DCU planteada por ISO 13407, se aprecian 4 hitos fundamentales:

- Especificar el contexto de uso: Identificar a las personas que utilizarán el producto o servicio, para qué lo utilizarán y bajo qué condiciones será utilizado.
- Especificar los requisitos.
- Crear soluciones de diseño.
- Evaluar los diseños.

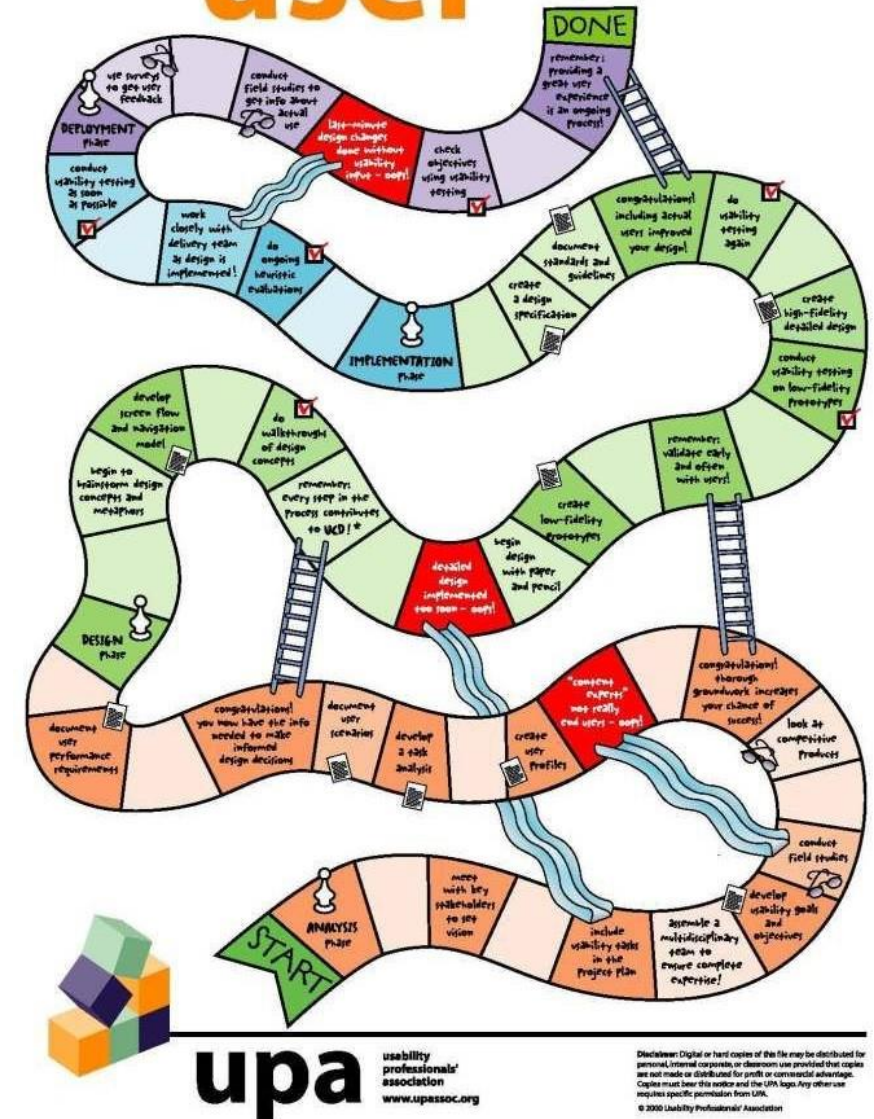


La UPA (Usability Professionals Association) propone para la realización de DCU un proceso metodológico de cuatro fases: **análisis, diseño, implementación y despliegue.**

Esta propuesta se ha planteado para el desarrollo aplicaciones multimedia, web, etc. sin embargo como todos los procesos de DCU pueden ser extrapolados a otras áreas del diseño.

Una característica de este método es el uso recurrente de pruebas con usuarios que permiten recopilar información y datos, así como impresiones, emociones y sensaciones expresadas por los propios usuarios.

designing the **user** experience



Algunas de las técnicas:

- Focus group
- Test de usabilidad
- Juegos de cartas y tarjetas
- Diseño Participativo, con los usuarios en el proceso de creación
- Cuestionarios y encuestas
- Entrevistas

“Diseñar con la mente (del usuario) en mente”

Johnson, J.(2010)



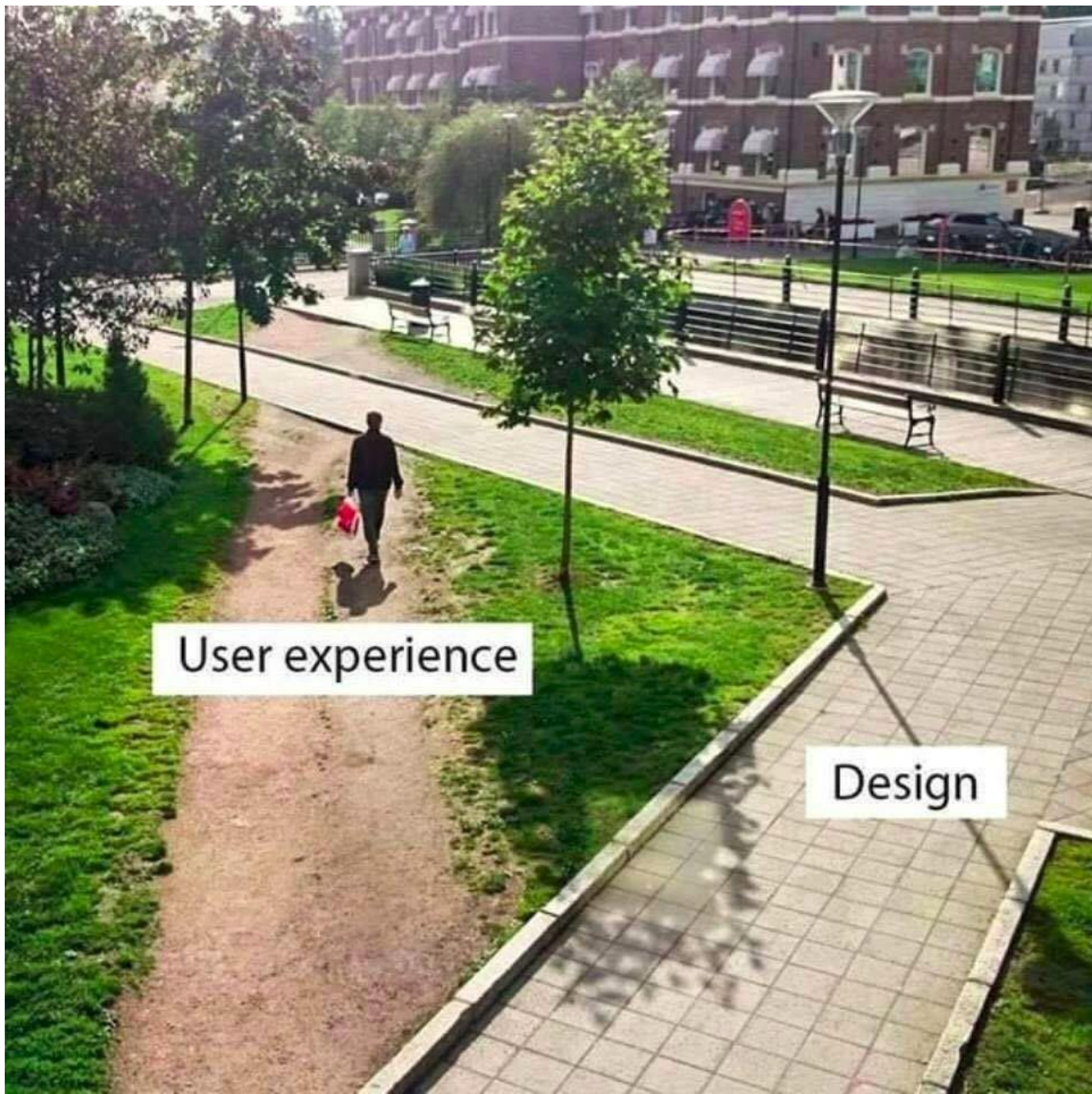
Diseño interactivo y experiencia de producto.

La **experiencia de un producto** puede ser definida como la conciencia de los efectos **psicológicos provocados por la interacción con un producto**, esto incluye *el grado en que los sentidos son estimulados, además de los significados y valores que se asignan al producto, y los sentimientos y las emociones provocados* (Hekkert & Schifferstein, 2008).

A manera de una evolución natural del concepto de DCU han surgido perspectivas y metodologías que van más allá en lo referente a la consideración de las personas que utilizan los productos o servicios, su contexto y el momento de la interacción misma, aun cuando cabe destacar que la preocupación por **el usuario como elemento central del proceso de diseño** se mantiene.

El Diseño interactivo (IxD), nace desde el mundo de lo puramente digital y hoy tiene su propio reflejo, conocido como Diseño de Interacción, en el mundo de los productos tangibles.

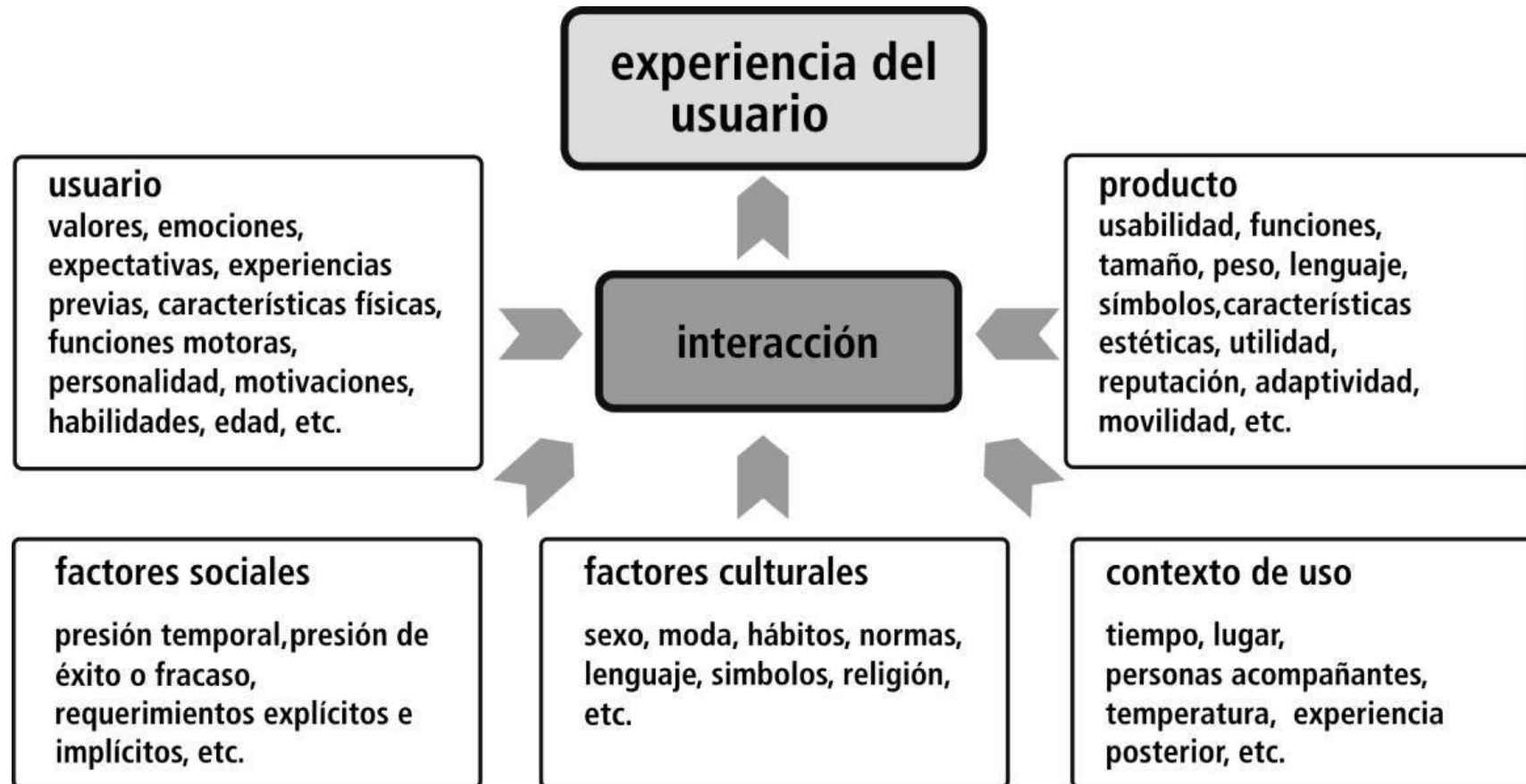
El diseño de interacción en productos físicos tiene que ver directamente con las diversas situaciones y eventos que ocurren entre la persona y el producto interactivo, y tiene por objetivo prever dichas situaciones y proyectarlas de tal manera que sean lo más gratas y satisfactorias posibles.



User experience

Design

Si el diseño de la interacción está bien realizado, la experiencia de usuario será bien evaluada. Esto resulta clave pues determina que la interacción es el proceso clave que da lugar a la experiencia y donde confluyen todos los demás componentes de dicha experiencia.



Modelo de la experiencia del usuario de Arhippainen y Tähti (2003).

Volviendo al DCU, constituye un antecedente de la mirada amplia con que la interacción como tal debe comprenderse, siendo en la práctica absolutamente toda relación entre la persona y el producto y no solamente el momento en que hay manipulación o contacto físico. Surgen entonces los conceptos de interacción física, cognitiva, visual, auditiva, etc. para distinguir la interacción realizada en cada situación de interacción.

La interacción en toda su amplitud "es" la experiencia, y la experiencia a su vez "es" la interacción. A ello deben sumarse los elementos contextuales, que rodea a la experiencia (y a sus componentes) en los momentos de interacción y aquellos elementos que toman parte directa en la interacción, es decir el usuario y el producto.

Experiencia de Usuario (UX).

La norma ISO 9241-210 define la experiencia del usuario (UX) como:

"las percepciones de una persona y las respuestas que se derivan de la utilización, o utilización prevista, de un producto, sistema o servicio".

Debe entenderse entonces que *la experiencia de usuario es propia de cada persona, subjetiva y se explica y ocurre a través de la interacción*. La experiencia del usuario, al ser subjetiva, incluye emociones, creencias, preferencias, percepciones, sus comportamientos y logros que suceden antes, durante y después de la interacción física o de otro tipo con el producto, sistema o servicio.

EXPERIENCIA

EXPERIENCIA DEL USUARIO

- procesos subjetivos
- procesos holísticos
- procesos conscientes
- procesos emocionales
- procesos dinámicos

CONTEXTO

físico, social, situacional, cultural, temporal

USUARIO

- valores
- conocimientos y afectos
- necesidades
- motivaciones y expectativas
- rasgos de personalidad

INTERACCIÓN

- física
- no física

ARTEFACTO

- funciones estéticas
- funciones técnicas
- funciones sociales

Escenario de la experiencia según Ortíz Nicolás & Aurisicchio (2011)

Subjetivo. La experiencia está bajo la influencia de sensaciones, sentimientos, pensamientos, deseos que a su vez son el resultado de la forma individual de vivir un evento determinado.

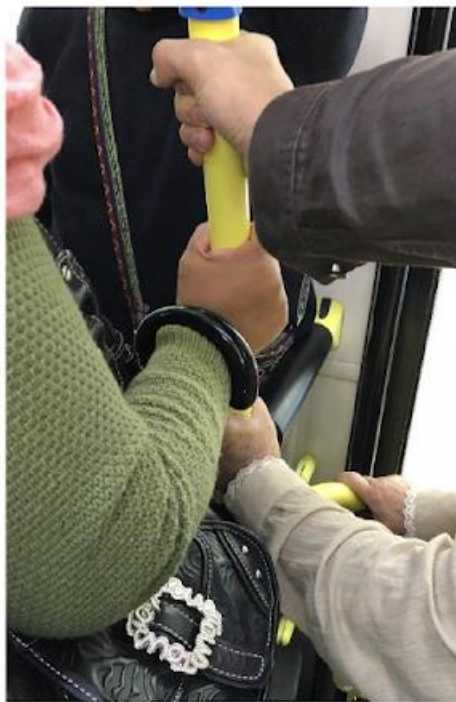
Holístico. Es decir, se considera la experiencia como la interacción de todos los “sistemas humanos”, lo que la hace comprensible solamente al analizar el todo (Hassenzahl, 2010).

Consciente. La experiencia es consciente porque el usuario tiene la consciencia de lo que está viviendo, sintiendo y percibiendo como resultado de la interacción con un producto determinado.

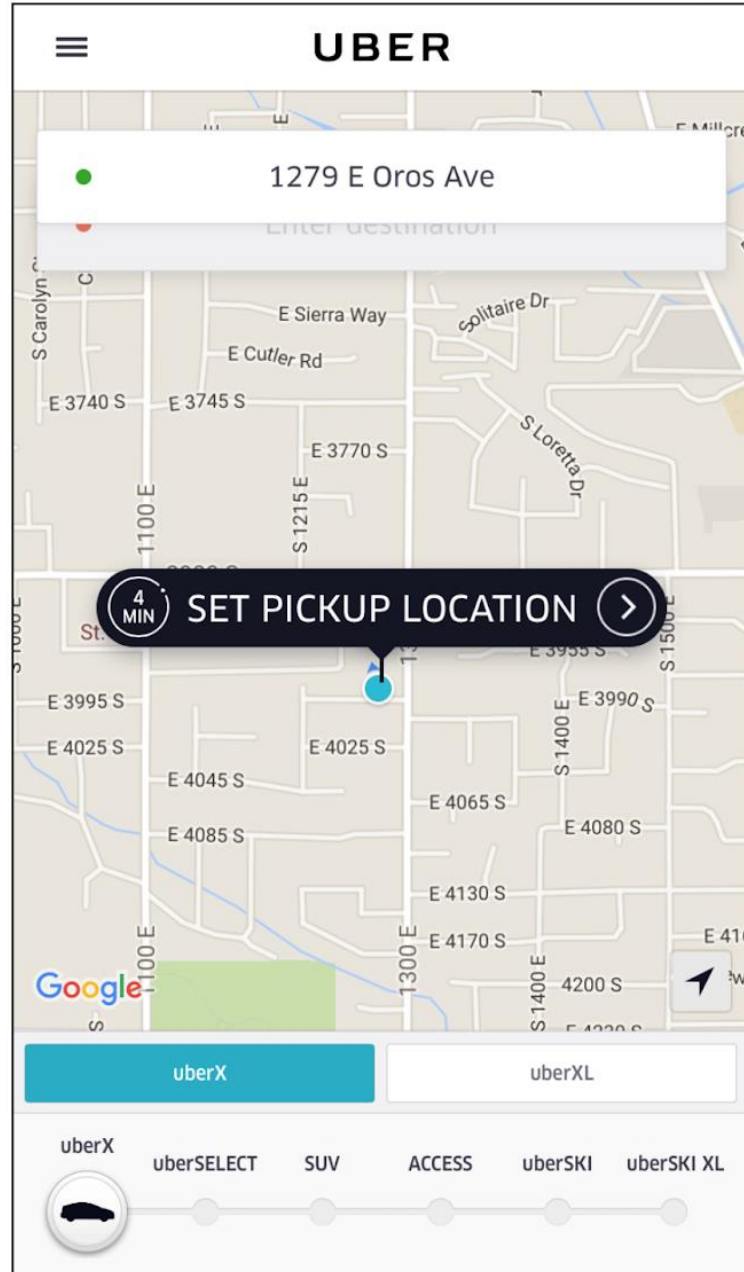
Emocional. Toda experiencia implica algún tipo de matiz sentimental, sensorial, regulado por las emociones (Varela et al., 1992).

Dinámico. La experiencia es siempre cambiante, evoluciona, crece, se acumula, se recuerda, se desarrolla en el tiempo y se enriquece de forma permanente.

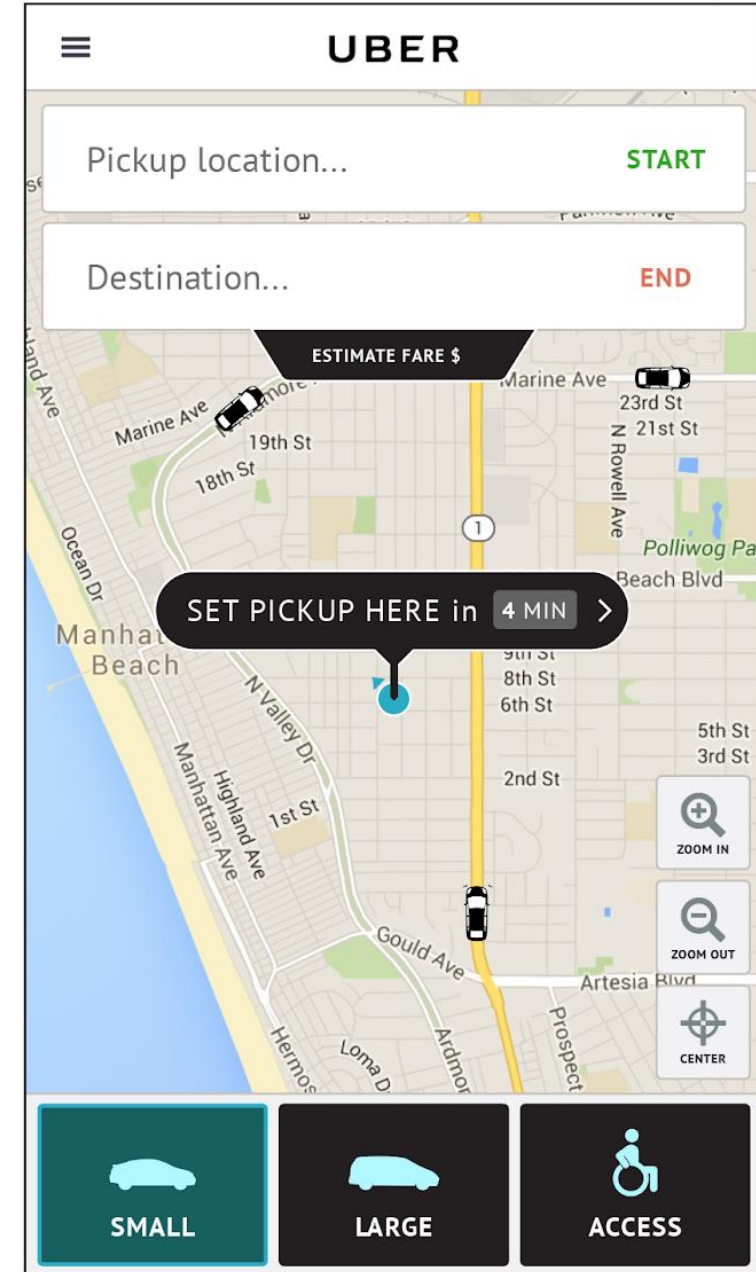




BEFORE



AFTER



Bibliografía

Percepción y Emoción en el Diseño de Productos. Tesis doctoral. Rubén H. Jacob Dazarola (2014)

Norma ISO 13407